

「柳川観光 2025 指針」

市民と共に、時代と社会の変化を柳川の深化へ

CHANGE → CHANCE

令和6年3月

柳川市

目 次

| | |
|--|----|
| 第1章 柳川市観光 2025 指針策定 | |
| 1. 指針策定の目的 | 2 |
| 2. 指針策定の方向性 | 2 |
| 3. 指針策定にかかるプロセス | 3 |
| 4. 指針を策定した先のビジョン | 4 |
| 5. 計画期間 | 4 |
| 第2章 柳川観光の現状と課題 | |
| 1. 現状分析 | 5 |
| 2. 九州・福岡県における現状と課題 | 10 |
| 3. 課題の抽出に向けた第2次柳川市観光振興計画 KPI の達成度把握及び、 2025年 KPI の再設定について | 13 |
| 4. 本市の現状と九州・福岡の分析を踏まえた課題の抽出 | 14 |
| 5. 重点課題に紐づく課題の整理 | 16 |
| 第3章 課題解決のための施策 | |
| 1. 重点課題 | 17 |
| 2. ターゲットの設定 | 18 |
| 3. 課題解決のための施策 | 20 |
| 第4章 推進体制 | |
| 1. 実施主体ごとの役割 | 32 |
| 2. 実効性と実現性を高める方策 | 34 |
| 資料編 別添 | |

※タイトルについて…

当初案は「第2次柳川市観光振興計画ポストコロナ指針」。しかし、コロナの教訓を胸にコロナからの脱却を目指すという思いを込めて“コロナ”の文字を削除。「柳川観光 2025 指針」とした。

また、サブタイトルには、「時代の潮流に上手くのって柳川の深みを目指し、チャンスをつかむために未来志向でチェンジ（変化）していく」という意図を込めている。

第1章 柳川観光2025指針策定

1. 指針策定の目的

柳川市では、2019年（平成31年）に、「第2次柳川市総合計画」の分野別計画である「第2次柳川市観光振興計画（2019－2028）」（以下「計画」という。）を策定した。その後、2019年度末より新型コロナウイルス感染症感染が拡大し、地域の経済や雇用の担い手となるべき観光産業では、生産性の低さや人材不足といった構造的な課題がいつそう顕在化している。柳川観光も大きな打撃を受けるとともに、観光客の動向やトレンドが大きく変化し、計画に掲げるKPIや施策を新たに検討する必要性が生じた。

このため、柳川観光のリスタートを図り、地域一体となって観光産業の付加価値をさらに高めて「稼げる」産業へと変革を進め、地域と旅行者の双方が観光のメリットを実感できる未来志向の「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光まちづくりを実現することを目的として、本市観光施策の指針を策定するものである。

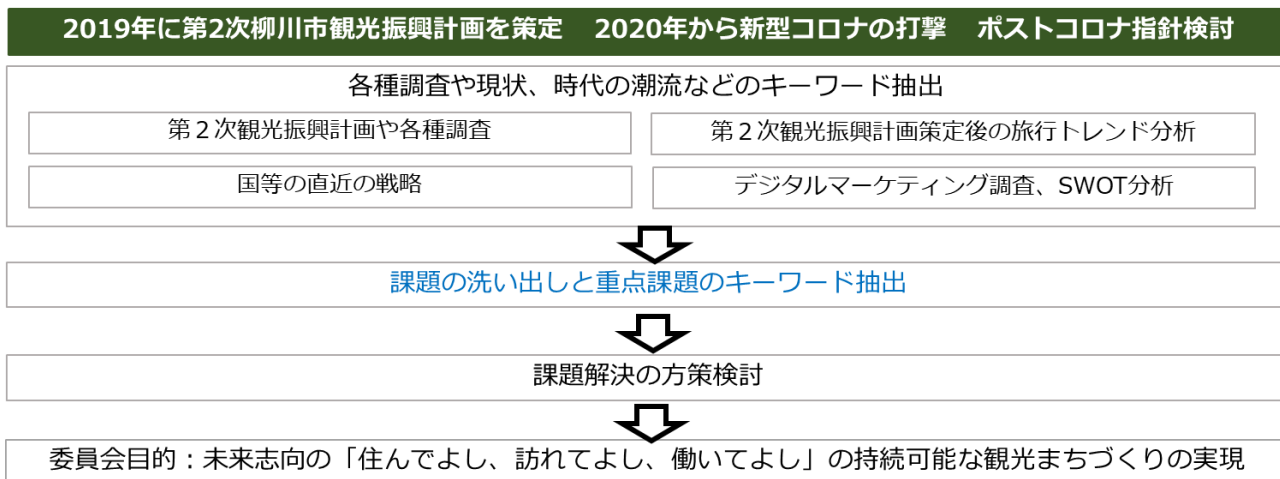
2. 指針策定の方向性

市民・観光客・事業者三方よしの持続可能な柳川の観光まちづくりを実現するため、柳川ならではの地域資源の磨き上げや創出により魅力向上を図り、誰もが安全・安心・快適に旅を楽しむ事ができるよう受け入れ環境を整えて、観光客の満足度の向上や観光消費額の増加を図る。同時に市民が観光による経済効果を実感するとともに観光産業の生産性向上や事業収益性を高め観光産業の活性化を促進する。

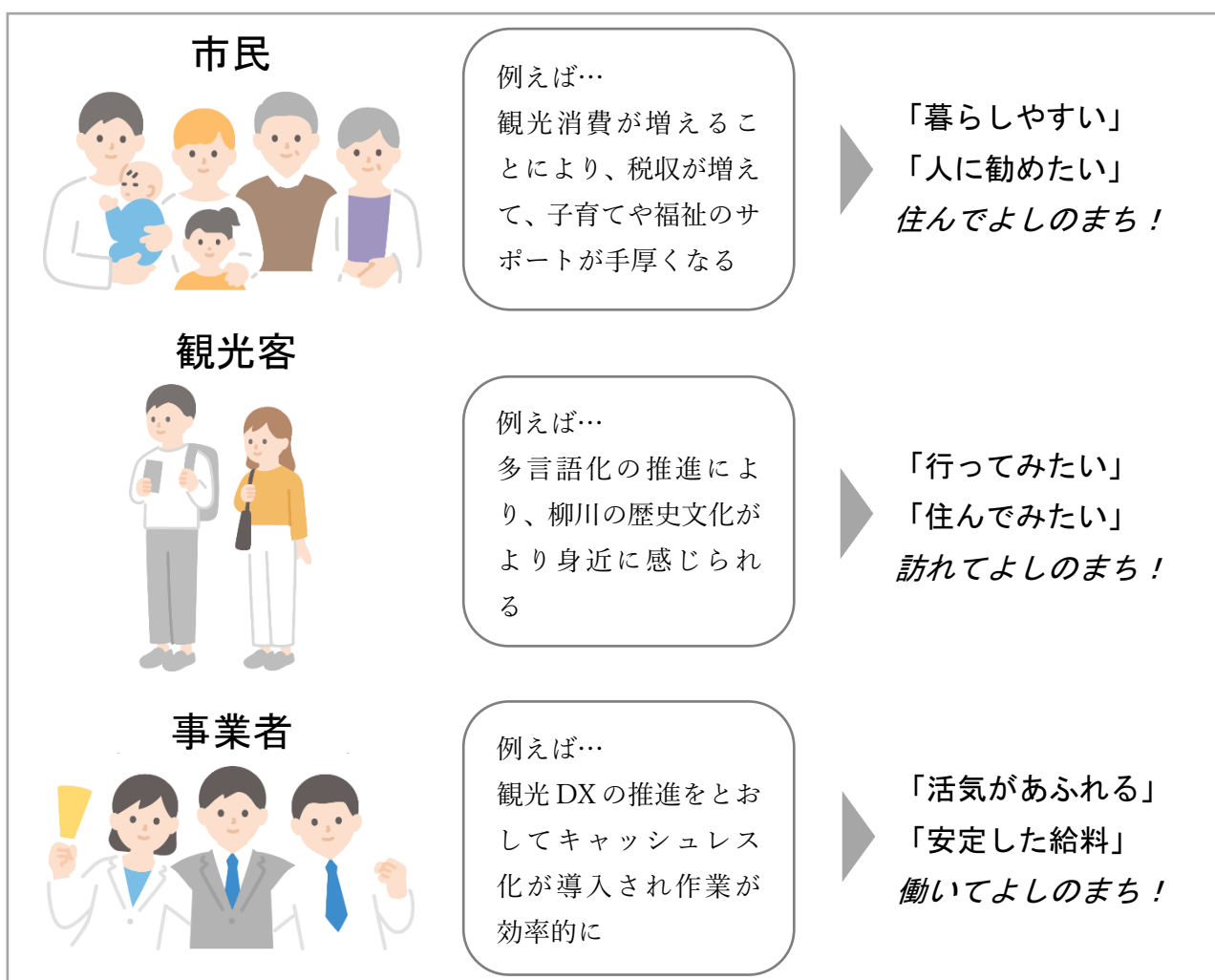
- ・ 誰もが安全・安心・快適に旅を楽しむ事ができるよう受け入れ環境を整えて満足度を高め、リピーター、柳川ファンを拡大する。
- ・ 柳川ならではの地域資源の磨き上げや創出により魅力向上や高付加価値化を図る。また、交流人口・関係人口と滞在時間を伸ばし、誘客やリピーターを拡大するとともに観光消費額の増加を図る。
- ・ 観光の力を活かして地域の文化・コミュニティや景観が継承・発展し、観光による経済効果を市民が実感し、それが柳川の魅力向上につながるものとする。
- ・ 観光産業の生産性向上や事業収益性を高めることで、担い手確保や観光産業を働く場所として選んでいただける環境を整え、持続可能で魅力あるまちづくりを進める。
- ・ 経済環境変化に対応した観光に関わる地域社会諸問題に適切に対応し

ながら、新たな観光ニーズに応える魅力を創出し、時代に即した旅行の提案を行う。

3. 指針策定におけるプロセス



4. 指針を策定した先のビジョン ～観光まちづくりが進むとどうなる？～



「住んでよし、訪れてよし、働いてよし」
三方よしの観光まちづくりの実現

5. 計画期間

2024年度（令和6年度）及び2025年度（令和7年度）

※中長期的な課題に係る箇所は第2次観光振興計画の計画期間に準ずる。

第2章 柳川観光の現状と課題

本委員会では、市観光動態調査や、お客様へのアンケート調査（マーケットや満足度）、コロナ前後の旅行トレンドの変化、ビッグデータによる解析などの調査を実施するとともに、本委員会に参画していただいた九州運輸局、九州観光機構、福岡県、福岡県観光連盟、福岡観光コンベンションビューローなど、九州観光をリードする組織の戦略・動向を把握した上で、柳川観光の現状の分析と課題の抽出を行った。

1. 現状分析

(1) 2022年 柳川市観光動態調査

観光入込客数・観光消費額・川下りの入込客数等全ての数値が2021年を上回り、1人当たりの観光消費額・および宿泊客数については過去最高。

- ・ 観光入込客数は、2021年の48万7,500人から40.8%増の68万6,600人で回復傾向。（2019年は125万2,000人）
- ・ 観光消費額は、2021年の26億9,755万円から52.3%増の41億877万円。（2019年は63億2,277万円）
- ・ 1人当たりの観光消費額は、2021年の5,533円から8.2%増の5,984円で過去最高。（2019年は5,050円）
- ・ 宿泊客数は、2021年の6万8,485人から73.8%増の11万9,007人で過去最高。（2019年は10万584人）
- ・ 観光入込客数に占める宿泊客数の割合（宿泊率）は、2021年の14.0%から17.3%に増加。（2019年は8.0%）。
→2021年に引き続き実施された「福岡の避密の旅」や、市の宿泊応援キャンペーン等の効果か。
- ・ 外国人観光客数は、2021年の357人から4,169.7%増の1万5,243人。（2019年は19万6,403人）
→10月11日以降の入国者数上限の撤廃により、韓国・台湾・香港・タイからの観光客が増加傾向。
- ・ 川下りの利用客数は、2021年の7万4,770人から104.1%増の15万2,615人。（2019年は36万5,266人）
→利用割合の高い外国人観光客の回復が要因か。

本調査を受け、観光従事者の人材不足や物価高騰の影響などの問題点を抱える中、本委員会で策定予定の「柳川観光2025指針」を基に、多言語対

応や予約システムなどのDX推進やインバウンドも含めた受入環境整備等の推進を図る必要がある。

また、各種旅行支援終了後も観光需要を高めていくために、「福岡・大分デスティネーションキャンペーン」等を契機にして、国・県等と連携を図りながら、着地型観光の充実、滞在力強化、観光消費額増加等の課題解決を図る必要がある。

(2) 柳川市観光満足度、リピーター率調査

① 調査結果概要

- ア. 食事、川下りなど全体的に観光客の満足度は高い。
- イ. 柳川市までの移動手段としては自家用車、市内の移動は徒歩の割合が多い。
- ウ. 御花周辺では、団体客、個人客ともに無料で使えるトイレがないことへの不満が多かった。
- エ. 駐車場がわかりにくい、少ないという意見が多数あった。

② 今後の検討・改善方策

- ア. 情報の見やすさ、わかりやすさへの改善
 - ・ 導線を考慮した観光マップ（Webサイト含む）の沖端詳細版の制作
 - ・ 駅、改札周辺での観光情報の充実
- イ. トイレ、駐車場への誘導表示の改善
- ウ. 川下りの継続的サービス提供への具体的方策
- エ. 川下り、うなぎのせいろ蒸しに続く観光コンテンツ造成による消費額拡大

(3) コロナ前後の観光動向とその変化を踏まえた旅行市場のトレンド

今回、既存の調査データを参照しながら、コロナ前後の観光動向とその変化を踏まえた旅行市場のトレンドについて、社会経済を取り巻く環境と観光振興の方向性の観点、観光政策の観点、旅行者の動向の観点から概観した。

コロナ禍は、私たちの生活様式や価値観を変える大きな契機となったが、コロナ前から見られていた数々の社会・経済における恒常的課題が加速度的に対応を求められる状況にある。

特に、「持続可能な観光」、「しなやかで強靱な観光」、「住んでよし、訪れてよし、働いてよし」の3点を、観光振興において対応が求められる

る潮流と捉えた。

どの課題も一足飛びに解決できるものばかりではないが、観光振興計画等において優先順位を示し、戦略的に、そして真摯に課題へ向き合っていくことが、更なる観光振興による地域の活性化や観光産業の生産性向上へつながるものである。

① 持続可能な観光まちづくり

- ・ 世界観光機関（UNWTO）の「持続可能な観光」の実現に向け、観光振興に不可欠な地域資源を環境に配慮し、最適な形で活用し、受入地域側の社会文化、伝統的な価値観を尊重し、安定した雇用や収益の機会をつくることが求められる。
- ・ 旅行者側も、地域のコミュニティや環境に対し配慮する旅行者（レスポンシブルトラベラー）が増え、地域や企業の活動を注視すると共に、観光振興に活かす地域の取り組み（レスポンシブル・ツーリズム）に関心が集まる。

② しなやかで強靱な観光まちづくり

- ・ コロナによる打撃を受けた観光産業は、現在、融資や補助金の活用、旅行需要喚起策などにより事業を維持・回復させつつある。こうした非常時の対応を迅速・的確に進めるには、平常時からの備え、観光振興が地域の経済や社会に果たす役割や意義を広く共有し、理解を求めておくことが必要。
- ・ 観光産業においても、平常時からの備えとして、BCP（事業継続計画）の策定や事業の効率化・多角化などを進め、強靱性や回復力を高めていくことが必要。また、訪問先をより良くして帰る旅のスタイルである「再生型観光（リジェネラティブ・ツーリズム）」が注目されるなど、平常時から旅行者のニーズを捉え、例えば観光資源の再生・回復に活かしていく視点も必要。

③ 住んでよし、訪れてよし、働いてよし*の観光まちづくり

- ・ オーバーツーリズムは、今後、深刻な人手不足も加わり、多くの地域で見られる可能性。
- ・ 従来旅行者数の増加のみならず、旅行者のニーズを捉え付加価値の高いサービスを提供することによって、消費額の増加を重視した

質の高い観光振興を目指すことが必要。その実現には、価値を提供する人材や地域連携が必要。DXによる生産性向上や待遇面の改善など魅力的な職場環境づくり、DMOによる地域マネジメントが求められる。

* 九州観光機構第三期観光戦略（案）に「働いてよし」が明記。

（４）ビッグデータ分析 市内観光スポット GPS データ調査

本調査は、市内の観光スポットのコロナ前後の来訪者の旅行実態を把握するために、2019 年及び 2023 年の来訪者総数や性年代別人数、来訪者の居住地分析など、来訪者の属性を分析し、市内の複数の観光スポットにおける同一観光客の来訪状況を把握することで、観光スポット間の周遊状況の把握も行った。

- ・ 西鉄柳川駅を中心に、柳川商店街や御花などの周辺の観光スポットの結びつきが強い。特に、2019 年は西鉄柳川駅と柳川商店街の周遊が 5 万人以上で最も多い。
- ・ 中島商店街や中山熊野神社、柳川むつごろうランドは、イベント期間中以外の日常においては、柳川駅周辺・中心部の周遊と比較して人流が停滞している。課題として、市内外のイベントに来場されたお客様から周遊していただける仕組みと仕掛けが必要である。
一方で、イベントで集中していることから、曜日とエリアの平準化、分散化が求められる。
- ・ 御花の来訪者は県外割合が 5 割前後であり、他の市内観光施設と比べ 20 ポイント以上高い。

（５）市内調達率調査

本調査は、市内飲食事業者や宿泊施設などを対象に、コロナ後の回復状況や市内調達率を分析し、観光による地域経済への波及効果の状況を把握するために実施した。

その結果、提供されている食事や商品、お土産などの材料（野菜や肉、魚介類、原材料など）が柳川産である割合が 50%以下と回答されたのが 60%～80%台という結果であり、調達率が低いことが判明した。

一方、委員会の議論で、本市ですべての原材料が供給できるのかという問題が指摘され、経済波及効果を主眼とするならば「地元商店からの仕入れ」の割合の調査が必要であったという課題が残った。

(6) 柳川観光の課題整理に向けた SWOT 分析

| | |
|--|---|
| <p>強み (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> ☆ 掘割と共に紡がれてきた歴史文化 ☆ 朝・昼・夕・夜と一日中楽しめるコンテンツ ☆ 川下り、うなぎ、北原白秋、御花のネームバリュー ☆ 西鉄、福岡・佐賀空港を活用した良好なアクセス面 ☆ 有明海を活用したコンテンツ | <p>弱み (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> ☆ 日帰り型観光がメイン ☆ 雨天時、夏季（炎天下）における対応 ☆ 2次交通の利便性が悪い ☆ 多言語化が進んでいない ☆ 観光に対する市民の理解が不足している |
| <p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ☆ 西鉄柳川駅周辺及び沖端水天宮周辺整備 ☆ 高付加価値化事業地域採択 ☆ デスティネーションキャンペーン ☆ インバウンドの入国緩和 ☆ 熊本への TSMC 進出 ☆ 九州産業大学リカレント事業（次世代観光マネジメントリーダー育成） ☆ 九州大学との産学官連携事業（柳川ウェディングプロジェクト） | <p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ☆ 新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響（人員不足など） ☆ 物価高騰 ☆ 国外情勢（台湾、ウクライナなど） ☆ 人口減などによる国内旅行客の減少 |

2. 九州・福岡県における観光の現状と課題

(1) 第三期九州観光戦略(案)からみる現状

- ・ コロナ禍による観光産業の疲弊
- ・ 少子化・高齢化の急速な進行と人口減少
- ・ 自然災害/気候変動リスク、感染症リスク、国際情勢変動リスクの増大
- ・ 世界的な「持続可能な観光」への関心の高まり
- ・ 旅行形態の変化とニーズの多様化
- ・ DXによる劇的な社会変革

(2) 第二期九州観光戦略までの取組を踏まえた課題

- ・ 他地域との競争に勝ち残るための、九州の認知度向上とブランディング強化
→海外での九州の認知度は、北海道や沖縄と比べて低い(北海道 58%、沖縄 49%、九州 35% (2022 年))
- ・ 観光資源の創出・魅力向上や、観光消費額向上を図る周遊促進
→訪日外国人の九州での消費単価は19年 104 千円(全国 158 千円)。平均滞在日数は19年 6 泊(全国 9 泊)と全国と比して大きく下回る
- ・ リピーターの確保・拡大施策の強化
→地域の消費拡大につながるリピーターの確保・拡大には、旅行者の満足度向上が重要。
- ・ 観光素材をつなぐ二次交通の整備・アクセス強化や、誰もが安全・安心・快適に旅を楽しめる仕組みの構築
→九州各地の観光資源を周遊するための観光インフラの充実が必要。
- ・ デジタル技術を活用したマーケティングの強化
→SNS の普及や個人旅行の比率が増加する中、旅行者のニーズ、消費行動の把握や効果的な情報発信のためには、ビックデータやデジタル技術の活用が不可欠。
- ・ 観光産業の労働生産性の向上、担い手確保・育成
→宿泊業では、賃金は19年 361 万円(全産業 501 万円)、労働生産性は19年 428 万円(全産業 715 万円)と全産業と比して著しく低く、離職率は2%台後半(全産業 2%前後)と全産業と比して高い。

(3) 社会経済情勢、状況を踏まえた福岡県の現状と課題

① コロナ禍による旅行需要消失

ア. 延べ宿泊者数の現状

- ・ 県の延べ宿泊者数は、2019年2042万人泊（初めて2,000万人泊突破）。コロナにより、2020年1,059万人泊、2021年962万人泊（約1,000万人泊の需要消失。2022年は2019年の約7割1,399万人泊まで回復）。
- ・ 外国人の延べ宿泊者数は、2019年426万人泊。コロナにより2020年、2021年はほぼ皆減。2022年は2019年比で85.7%減の61万人泊。
- ・ 入国制限が緩和された2022年10月以降は、特に外国人延べ宿泊者数に回復傾向。2023年5月の外国人延べ宿泊者数は2019年同月比で98%、日本人を含めた全体では95%とほぼコロナ前まで戻ってきている。
- ・ 更なる需要喚起に向けた取組が必要。

イ. 客室稼働率の現状

- ・ 県の2019年の客室稼働率71.7%。東京都79.5%、大阪府79.0%に次いで全国3位と非常に高い水準。2020年には35.9%で20位、2021年には34.3%で35位、2022年には46.8%で23位と低水準。
- ・ コロナ前後を比較すると、ビジネスホテル、シティホテルが大きく順位を落とす。旅館やリゾートホテルも稼働率が低い状態が続く。
- ・ 宿泊産業は地域雇用と観光産業の基盤を支える重要な産業であることから、旅行者のニーズを満たすハード・ソフト両面での対策や、生産性向上を通じた競争力の強化が必要。

ウ. 観光客の分布状況 ～福岡市に集中

- ・ 2021年の県内の観光客の分布状況を地区別で見ると、福岡地区60.5%（福岡市35.0%）と北九州地区17.7%で78.2%を占める。
- ・ 宿泊者は、福岡地区62.8%（福岡市47.2%）と北九州地区19.2%で82.0%を占める。
- ・ 県内各地域に観光需要を取り込み、地域経済を活性化させるためには、来訪者及び宿泊者を県内各地へ誘致する取組が必要。

② 経済状況・世界情勢によるインバウンド回復への影響

- ・ 2022年10月からの水際対策の緩和により、本県への入国外国人数は、2021年の6千人が2022年には40万人と増加している。
- ・ 2023年5月の入国者数は21万人、2023年6月の入国者数は22万人で、コロナ前の2019年6月（28万人）と比較して約8割まで回復。国別では、2023年5月時点で韓国が約6割で最も多い。
- ・ 一方、原油高、ウクライナ問題による欧州便の航路変更は、本格的なインバウンド回復への懸念材料である。
- ・ インバウンド回復期において、特定の国・地域からのインバウンドに過度に依存しない構造への転換を図るため、高付加価値な旅行商品の開発や客観的なデータに基づくターゲティングと戦略的なプロモーションの強化が必要。

③ 宿泊業の労働生産性・雇用状況

- ・ 宿泊業の労働生産性は、コロナ前（2019年）時点で全産業平均の715万円に比べ428万円と低い状態が続く。コロナ以降は、付加価値額が大幅に減少したことに加え、従業員数は雇用調整助成金の活用等により一定程度確保されたことによりさらに押し下げられる。
- ・ 労働需給を示す雇用人員判断D.I.をみると、宿泊・飲食サービスは、2023年3月調査では、まん延防止等重点措置の全面解除や全国旅行支援の開始、水際措置の大幅緩和等により、人員不足感が高まっている。
- ・ 賃金は全産業平均に比べて低水準で、概ね100万円以上の差。
- ・ 福岡県では、コロナ以降の入職率－離職率は全国と比べて下回っている状況が続く。県の宿泊事業者向けアンケート調査で、行政に求める支援内容として、「人員確保の支援」という回答が多く寄せられている。
- ・ 観光地の再生、高付加価値化により、観光産業を「稼げる」産業にするとともに、経営の効率化等による生産性向上に取り組む必要がある。

3. 課題の抽出に向けた第2次柳川市観光振興計画 KPI の達成度把握及び、 2025年 KPI の再設定について

2025年 KPI 再設定における前提

2022年の実績値において、KPI未達成の項目については、既存のKPIを準用し、既に達成している項目については、次のとおりの考え方で新たにKPIを設定します。

○観光消費額

160万人×800円

(2025年の入込み観光客数×1人あたり観光消費額の増加分)

○観光消費額(1人当たり)

2022年は過去最高の5,984円。一人当たり観光消費額は、第2次観光推進計画の延べ宿泊人数の2019年5%増を設定し、引きつづき量より質を重視し、高付加価値化を図ることで客単価を上げることを目指すため6,300円の設定とします。

○延べ宿泊人数(約)

「観光立国推進基本計画(第4次)」の2025年目標は、2019年の5%増を目標設定。本市は2019年の10万人の5%増は10.5万人となるが2022年は過去最高の11.9万人で目標達成したため客単価の高い宿泊者を増やすことを目指すため11.9万人の5%増12.5万人の設定とします。

| 項目 | 2019年 実績値 | 2022年 実績値 | 2025年 現在の指標 | 方向性 | 2025年 新しい指標 |
|------------------|------------------|-----------------|----------------|-----|----------------|
| 入込み観光客数 | 125万人 | 68.7万人 | 160万人 | → | 160万人 |
| 外国人観光客数 | 19.6万人 | 15,243人 | 40万人 | → | 40万人 |
| 観光消費額 | 63.2億円 | 41.9億円 | 90億円 | ↑ | 102.8億円 |
| 観光消費額 (1人当たり) | 5,050円 | 5,984円 | 5,500円 | ↑ | 6,300円 |
| 延べ宿泊人数(約) | 10万人 | 11.9万人 | 9.5万人 | ↑ | 12.5万人 |
| リピート率 | 62% ※2020年の指標 | 55% ※2023年の値 | 67% | → | 67% |

満足度(%)

簡易調査

| 項目 | 2018年 実績値 | 2021年 参考値 | 2023年 実績値 |
|------------------|--------------|--------------|--------------|
| 食事 | 85.0% | 91.4% | 81.0% |
| みやげ品 | 65.7% | 68.3% | 53.0% |
| 観光施設とその内容 | 70.3% | 79.8% | 63.0% |
| 当地までの案内看板等の整備状況 | 63.0% | - | 46.0% |
| 市内での移動 | 62.4% | 35.1% | 47.0% |
| 観光施設、街の人たちのおもてなし | 77.0% | 85.0% | 82.0% |
| 市内での観光情報 | 64.1% | 48.8% | 47.0% |
| 旅行全体 | 78.2% | 85.2% | 89.0% |
| 川下り(新) | | | 94.0% |

※「市民の観光に対する満足度」に関しては、別調査において把握することとします。

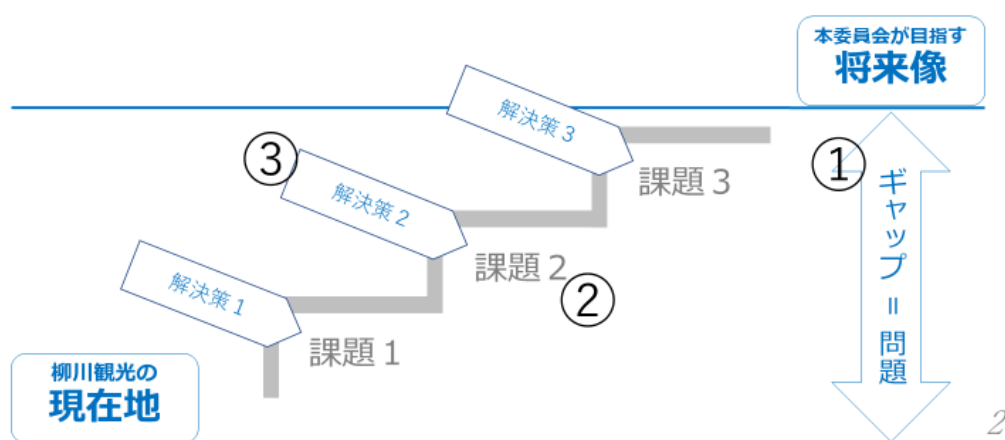
4. 本市の現状と九州・福岡の分析を踏まえた課題の抽出

上記の現状分析と各種調査結果などから、「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光まちづくりの実現を目指す本指針の策定に向けた課題として、次の5本の柱を重点課題と設定した。

2023柳川市観光まちづくり推進委員会

問題、課題、解決策の違い

- ①問題 目標と現状（理想と現実）の間にあるギャップ、横たわっている事象。「あるべき姿」になっていない阻害要因
- ②課題 問題を解決しようとするときに「壁」となるもの。問題（あるべき姿を妨げている要因）を解決するために実施すること。
- ③解決策 課題を解決するための施策や支援



重点課題1. 観光客受入環境の整備

誰もが安全・安心・快適に旅を楽しむ事ができるよう受け入れ環境を整備し、リピーター、柳川ファンを拡大する必要がある。

重点課題2. 滞在交流型観光による経済効果の拡大

柳川ならではの地域資源の創出・魅力向上を図り、交流人口・滞在時間を延ばし、誘客リピーターを拡大するとともに観光消費額の増加を図る必要がある。

重点課題3. 市民生活と観光の調和

観光による経済効果を市民が実感し、観光の力を活かして地域の文化・コミュニティや景観が継承・発展し、それが柳川の魅力向上とシビックプライドの醸成につなげる必要がある。

重点課題4. 観光産業の活性化

観光産業の担い手確保や生産性の向上等により、観光産業を働く場所として持続可能で魅力あるものとする必要がある。

重点課題5. 時代の変化に応じた課題の解決

経済環境変化に対応した観光に関わる地域社会諸問題に適切に対応しながら、新たな観光ニーズに応える魅力を創出し、時代に即した旅行の提案を行う必要がある。

5. 重点課題に紐づく課題の整理 ※青文字は優先度高

| 重点課題 | 短期（～2025年度） | 中期・長期 |
|----------------------|---|--|
| 1. 観光客受入環境の整備 | <ul style="list-style-type: none"> ● 多言語化の推進 ● 曜日やエリアの平準化 ● プロガイドの養成 ● 交通の利便性向上 | <ul style="list-style-type: none"> ● 観光施策と連携した空き家の利活用策 ● 掘割の物語や歴史文化資源の把握とデータベース化 |
| 2. 滞在交流型観光による経済効果の拡大 | <ul style="list-style-type: none"> ● 観光コンテンツの高付加価値化 ● 滞在時間の増加（宿泊者数の増加） ● 着地型商品の多様化と集客力の向上 ● 観光消費額の増加 ● 観光関連団体及び近隣市町村との連携強化 ● 民泊の推進 ● 柳川駅周辺の利活用 | <ul style="list-style-type: none"> ● 自然環境や歴史文化資源を活かした多様な観光商品づくり ● 新たな観光・食コンテンツの造成（川下り、うなぎ、海苔以外） ● 柳川観光のブランド力向上 |
| 3. 市民生活と観光の調和 | <ul style="list-style-type: none"> ● 観光による社会経済効果の見える化 ● おもてなし機運の醸成 ● 外国人観光客のマナー対策 | <ul style="list-style-type: none"> ● 観光に対する市民満足度の向上 ● 快適で住み良い生活環境重視の観光まちづくり ● 観光による税収の増加 ● 柳川プライドの醸成 |
| 4. 観光産業の活性化 | <ul style="list-style-type: none"> ● 観光DXの推進による収益・生産性の向上（キャッシュレス予約システムの構築、等） ● 域内調達率の向上 ● 雇用の創出 | <ul style="list-style-type: none"> ● 若い人が活躍できる環境づくり |
| 5. 時代の変化に応じた課題の解決 | <ul style="list-style-type: none"> ● DMOの組織・機能強化（財源の確保、人材確保・育成、等） ● 戦略的プロモーションの実施 | <ul style="list-style-type: none"> ● 観光マーケティングデータの整備と活用 ● 観光情報データの整備と発信（観光客向け） ● 柳川を拠点とする旅のスタイルの提案 ● 農漁業の6次産業化 ● ESGの推進 |

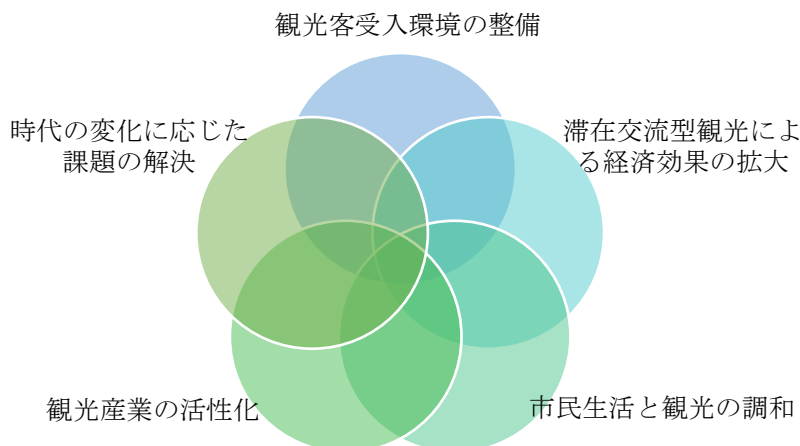
第3章 課題解決のための施策

観光が主要な産業である柳川市では、観光客の消費により、地域産業への経済的波及がもたらされている。一方で、観光客による消費が地域社会にどのような形で還元されているのかといった点においては十分認知されていないのではないかと、という懸念がある。また、コロナ禍の観光志向・行動に大きな変化が見られている中で、いかに国内外の観光客のニーズを的確に捉え、観光資源やサービスをブラッシュアップし、観光客の誘致を進めるか、それと同時に観光消費額の増大を図り、観光関連産業を育成していくかについて、全市的に取り組んでいく必要がある。持続可能な観光地域づくりを目指し、本市が抱えている課題を解決するための施策を実施する。

1. 重点課題

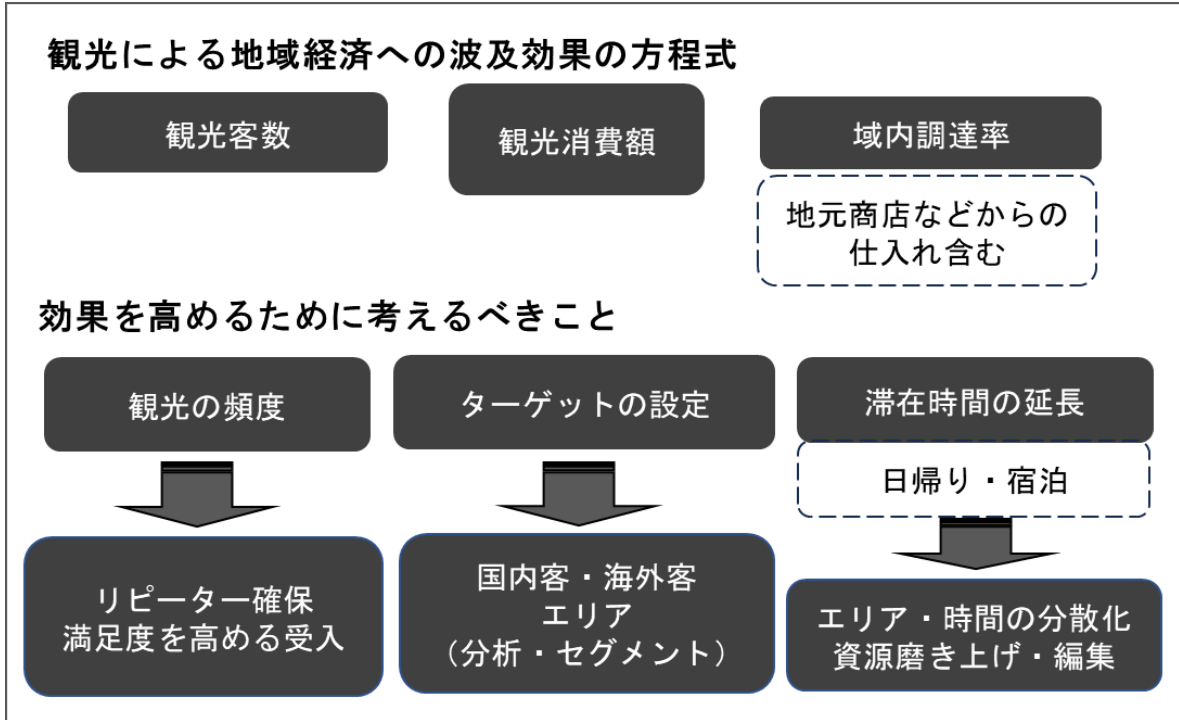
施策を実施するにあたり、特に以下の5つの課題を重要と捉えて、地域社会の経済効果と観光産業の活性化、市民生活と調和した観光まちづくり、そして経済・社会環境などの変化を捉えた観光の推進に取り組む。

- 1 観光客受入環境の整備
- 2 滞在交流型観光による経済効果の拡大
- 3 市民生活と観光の調和
- 4 観光産業の活性化
- 5 時代の変化に応じた課題の解決



1. ターゲットの設定

(1) ターゲット設定にあたっての重視事項



(2) ターゲット設定の考え方



(3) 重視するターゲットと取り組み事例

| | | |
|--|--|--|
| 福岡都市圏に 来られた国内 外の観光客 | <ul style="list-style-type: none"> ・家族、友人など個人客 ・若年層（将来のリピーター） ・一人旅ニーズの取り込み | <ul style="list-style-type: none"> ・国や九州、福岡県や福岡市、福岡観光コンベンションビューローなどと連携し、福岡方面の旅行商品企画、造成をされるにあたり、柳川を選んでいただける取り組みを進める。 ・福岡都市圏からの車や電車などのアクセス情報や利便性の高さなどを情報発信するとともに、広域での事業連携を進める。 |
| 九州圏域、福 岡県近郊在住 の住民 | <ul style="list-style-type: none"> ・家族、友人など個人客 ・若年層 （将来のリピーター） ・一人旅ニーズの取り込み | <ul style="list-style-type: none"> ・国内観光客の減少傾向に歯止めをかけるため、まずは九州域内での認知度を高めるとともに、圏域内住民にリピーターになっていただける取り組みを進める。 ・SNSなどを活用し、四季折々のイベント情報や柳川ならではの魅力情報発信。 ・九州・福岡在住の外国人向けの情報発信に取り組み、訪れていただく機会を創出する。 ・リピーター化に加え、母国への情報発信に結び付くような推奨動機づけに取り組む。 |
| 城下町柳川の 掘割の成り立 ちや柳川の歴 史文化を理解 してくれる国 内外の観光客 | <ul style="list-style-type: none"> ・家族、友人など個人客 ・若年層 （将来のリピーター） ・一人旅ニーズの取り込み | <ul style="list-style-type: none"> ・まずは、城下町柳川や掘割の成り立ちを説明できる分かりやすい物語風の資料を編集する。 ・併せて、柳川の歴史や文化についても集約する。 ・川下り（お堀巡り）の物語としても活用し、付加価値を高める。 ・多言語対応の第一弾として、紙とデジタルの英語版を製作する。 |
| インバウンド | <ul style="list-style-type: none"> ・家族、友人など個人客 ・東アジア ・東南アジア | <ul style="list-style-type: none"> ・韓国や台湾など東アジアや、東南アジアを中心に、柳川単独ではなく、九州・福岡の一員として誘致に貢献する。 ・ビジネス需要含め、福岡空港や佐賀空港、熊本空港、博多駅、博多港、西鉄福岡天神駅など北部九州のゲートウェイと連携し、取り組みを進める。 |

(4) テーマ別ターゲット

| 区分 | 事業例・アプローチ |
|---------|---|
| ①修学旅行 | <ul style="list-style-type: none"> ・九州・福岡県や福岡観光プロモーション協議会と連携して誘致を図り、長いスパンでのリピーター化を目指す。 |
| ②MICE | <ul style="list-style-type: none"> ・アフターコンベンション、インセンティブツアーを中心に、柳川ならではの商品を作成し、九州、福岡との連携を図る。 |
| ③イベントなど | <ul style="list-style-type: none"> ・四季のイベントや食、花、MaaS、サイクルツーリズムなど、県南地域や有明海沿岸地域と連携を図る。 |

3. 課題解決のための施策 <5つの重点課題と14の施策整理>

抽出した課題（P17）に対し、その課題解決のための施策を下記のとおりまとめた。

1 観光客受入環境整備

- 1 多言語化推進事業（重点）
- 2 案内ガイド人材の育成事業
- 3 多様な交通手段を用いた周遊推進事業

2 滞在交流型観光による経済効果の拡大

- 1 地域資源の新たな付加価値商品開発事業
- 2 滞在力強化事業（朝夜の体験コンテンツ造成）

3 市民生活と観光の調和

- 1 観光地域経済効果の「見える化」推進事業（重点）
- 2 観光まちづくりを進めるための自主財源確保
- 3 郷土愛、地域の歴史文化に関する教育

4 観光産業の活性化

- 1 担い手づくり・確保事業
- 2 観光DX活用事業
- 3 域内調達率向上促進事業

5 時代の変化に応じた課題の解決

- 1 観光まちづくり推進組織づくり事業（重点）
- 2 戦略的マーケティング事業（重点）
- 3 ワンストップ情報発信事業（重点）

重点課題1 観光客受入環境の整備

(多言語化の推進、プロガイドの養成、曜日の平準化や周遊エリアの拡大)

【ありたい姿】

誰もが安全・安心・快適に旅を楽しむ事ができる状態

【KGI】観光客満足度 70% (平均)

都市間競争に勝ち抜き、観光客を集客するためには、観光客が満足できる質の高い受入環境の整備が必須である。今後急増するインバウンドに対応するためには、観光客の移動・滞在を支える基盤の整備と受入意識の向上が喫緊の課題であり、これらの解決に取り組む。

施策1 多言語化推進事業 (重点)

KPI : 多言語表示・ピクトグラムの拡充. 取扱事業者の割合 50%

(1) 解決に向けた考え方

- ① 観光関連施設が外国人に伝えたい情報を正しく伝えることで、外国人旅行者の満足度を向上させる。
- ② 外国人観光客や観光関連施設の困りごとの解決に結び付く素材を製作。
- ③ まずは英語対応からリスタートする。

(2) 具体的な事業例 (事業例・既存事業など)

- ① 外国人観光客のマナー向上の啓発や解決に結びつけるフリー素材製作
- ② 多言語、ピクトグラムなどによる啓発ステッカー、動画の作成
- ③ 英語マップ制作
- ④ トイレ・駐車場マップ制作事業

(3) 事業主体

行政、DMO、観光事業者

※ KGI (Key Goal Indicator)

効率的に事業目標を達成するための目標達成度の具体的な計測指標。

※ KPI (Key Performance Indicator)

目標を達成するための取組の進捗状況を定量的に測定するための指標。

施策2 案内ガイド人材の育成事業

KPI：案内ガイド人材の育成・登録の仕組みを設定

(1) 解決に向けた考え方

- ① 柳川の歴史や文化、物語を案内できる人材育成に着手する。
- ② 報酬を得て旅行に付き添い、案内を行う通訳案内士をはじめとするプロガイドの育成、登録する仕組みづくりに着手する。

(2) 具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① 既存の観光ガイド事業研修事業
- ② 水の物語や歴史文化の語り部育成事業
- ③ <R6 事業・新>プロガイド養成仕組みづくり調査研究

(3) 事業主体

行政、DMO

施策3 多様な交通手段を用いた周遊推進事業

KPI：多様な交通手段の創出

(1) 解決に向けた考え方

- ① 2次交通の改善やMaaS、サイクルツーリズム事業などを推進する。
- ② サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システムの構築。
- ③ 平日と休日の分散化や市内周遊観光の促進。

(2) 具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① 九州や福岡県と連携したサイクルツーリズム事業
- ② 福岡県と連携したMaaS実証実験
- ③ <新>まち歩き、レンタサイクルなど実証実験に向けた調査研究
- ④ <新>掘割を活かした水上交通実証実験に向けた調査研究
- ⑤ 既存の「柳川観光第2のエンジン創出事業」の拡充

(3) 事業主体

行政、DMO、関係経済団体等、観光事業者、公共交通機関、河川等の管理者

※ MaaS（マース：Mobility as a Service）

地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービス。（国土交通省）

重点課題2 滞在交流型観光による経済効果の拡大

(観光コンテンツの高付加価値化、滞在時間の増加)

【ありたい姿】

観光魅力の向上により交流人口・滞在時間が増え、誘客やリピーターが拡大する状態

【KGI】観光の高付加価値化

旅行トレンドとして、滞在型や体験型の旅行スタイルが注目されている。インバウンドにおいても増加が予想され、その恩恵の拡大が進めば、地域への接点は増大する。地域が主体となり、地域の歴史文化、産業を観光資源として活かしつつ、観光客が滞在したくなる観光地域づくりを実践し、地域の経済効果を拡大する。

施策1 地域資源の新たな付加価値商品開発事業

KPI：観光消費額・リピーター率

(1) 解決に向けた考え方

- ① 柳川ならではの地域資源を磨きあげて質を高め、地域への消費額を増やし、地域への経済波及効果を高める。
- ② 既存の取り組みに、新たな付加価値をつけるようなイメージを進める。

(2) 具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① 既存資源と融合した企画、情報発信
例：川下り×食、川下り×福祉、納涼船や観月船、地域産業×観光
- ② 既存の「着地型観光推進事業（水郷柳川ゆるり旅）」の拡充（テストマーケティング含む）
- ③ <新>「ウエディングツーリズムプロジェクト」（九大との連携事業）の推進

(3) 事業主体

行政、DMO、水郷柳川旅物語企画会議、柳川 OUTING 実行委員会、関心のある市民・事業所

施策2 滞在力強化事業（朝夜の体験コンテンツ造成）

KPI：延べ宿泊者数

（1）解決に向けた考え方

- ① 福岡大分 DC に合わせて柳川観光の四季折々の楽しみ方を企画、情報発信する。
- ② 朝、夜にしか体験できない魅力的なツアー造成
- ③ 多様な宿泊施設の魅力を PR するとともに、民泊（ローカルステイ）の調査研究を行う。
- ④ お客様が滞在しやすい環境をつくるための商品造成支援の検討
- ⑤ 市内回遊ツアーや他市と連携した広域ツアー造成
- ⑥ 修学旅行やバスツアー誘致は継続する。

（2）具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① DC（アフターDC 含む）と連携した雑誌掲載、動画制作
- ② 宿泊施設 PR 事業
- ③ <新>民泊（ローカルステイ）調査研究事業
- ④ 宿泊応援キャンペーンの継続
- ⑤ ナイトメニュー開発・ブラッシュアップ（夜間景観や夕日、天体観測など）
- ⑥ <新>カフェめぐり企画の推進（支援など）
- ⑦ 魚市場見学体験
- ⑧ 修学旅行、バスツアー助成事業

（3）事業主体

行政、DMO、水郷柳川旅物語企画会議、柳川 OUTING 実行委員会、関心のある市民・事業所

重点課題3 市民生活と観光の調和

(観光による社会経済効果の見える化)

【ありたい姿】

観光による経済効果を市民が実感し、観光の力を活かして地域の文化・コミュニティや景観が継承・発展し、それが柳川の魅力向上につながる状態

【KGI】市民の観光に対する満足度の向上

柳川の歴史文化と自然環境を活かし、訪れるたびに新しい発見がある柳川をめざし、経済・社会・環境の調和を図りつつ、市民と観光客が柳川の価値を共有し、将来にわたって共に高めていける観光のあり方を推進する。

施策1 観光地域経済効果の「見える化」推進事業(新・重点)

KPI: 市民向けの広報の実施(年1回)

(1) 解決に向けた考え方

- ① 先進地事例の研究
- ② 市民向けの広報の実施

(2) 具体的な事業例(事業例・既存事業など)

- ① 市報への掲載
- ② 啓発チラシ製作事業

(3) 事業主体

行政、DMO、市民

施策2 観光まちづくりを進めるための自主財源確保

KPI: 自主財源確保に係る調査・提案

(1) 解決に向けた考え方

- ① ふるさと納税などを活用し、観光まちづくりの収入源を確保する手法を調査研究する。
- ② 環境整備協力金(仮称)については、まず先進地事例の調査研究からはじめる。

- ③ 市民と観光客にとって快適な水辺空間を維持管理する。定期的な水辺の清掃など、持続可能な掘割の維持管理ために、川下りのお客様から環境整備費をいただき、清掃活動などに活用するなどの仕組みづくりも検討（現在、年 365 日の川下りコースの清掃や川下りコース沿いを中心とした水辺空間の植栽や剪定など実施）

(2) 具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① <新>ふるさと納税返礼品の高額旅行商品造成事業
- ② <新>環境整備協力金（仮称）調査研究事業
- ③ 既存事業「心地よい観光空間づくり事業」の拡充

(3) 事業主体

行政、DMO、川下り事業者

施策3 郷土愛、地域の歴史文化に関する教育

KPI：学校の現場との調整

(1) 解決に向けた考え方

- ① 市民が自分の地域に誇りをもち観光やまちづくりに関心を持つ取り組みを行う。

(2) 具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① 学校で地域発見などのフィールドワーク実施

(3) 事業主体

行政、教育機関、市民

重点課題4 観光産業の活性化

(観光DXの推進による収益・生産性の向上、域内調達率の向上)

【ありたい姿】

観光DX推進を進め観光産業の生産性向上や事業収益性を高めることで、担い手確保や観光産業を働く場所として選んでいただける環境が整い、持続可能で魅力あるまちづくりが実現できる状態。

【KGI】観光事業従事者の満足度向上

観光産業は地域活性化の切り札と位置付けられる。持続可能な観光の発展のためには生産性の向上をとめないながら、人を惹きつける「観光産業」としての確固たる地位を確立することが重要である。観光DXの推進を通して観光に従事する働き手の拡大や満足度の向上、生産性の向上を促し、担ってよしの観光に向けた観光産業の活性化を推進する。

施策1 担い手づくり・担い手確保事業

KPI：観光事業従事者の満足度

(1) 解決に向けた考え方

- ① 喫緊の課題である担い手不足の改善に向け、市内外の産学民官金が連携した取り組みを進める。

(2) 具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① <新>関係団体との意見交換・ニーズ調査事業
- ② マッチング事業の検討

(3) 事業主体

行政、関係経済団体等、観光事業者

施策2 観光DX活用事業

KPI：WiFi設備の定期的な点検（年2回）

(1) 解決に向けた考え方

- ① キャッシュレス化や多様な決済方法、フリーWi-Fiはじめ、国内外のお客様の利便性向上と、事業者の生産性向上を高める取り組みを進

める。

- ② 事業者の理解と協力を得ながら、観光庁などの交付金事業に申請するなど、事業展開方法を工夫する。

(2) 具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① 観光 DX 事業
- ② 柳川フリーWi-Fi 更新事業

(3) 事業主体

行政、DMO、関係経済団体等、観光事業者

施策3 域内調達率向上促進事業（新）

KPI：市内供給の可能性把握の実施

(1) 解決に向けた考え方

- ① まずは域内調達の意義や効果、大切さなどを共有し、調査を継続する。
- ② 先進地の事例を参考に調査の目的、内容、結果公表方法などを検討する。
- ③ 事業者へヒアリングを行い、どのような支援が必要とされているのかニーズ調査し、整理する。
- ④ 地産地消を促す取り組みも進める。

(2) 具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① 域内調達率調査事業

(3) 事業主体

行政、DMO、関係経済団体等、観光事業者

重点課題5 時代の変化に応じた課題の解決

(DMOの組織・機能強化、戦略的プロモーションの実施)

【ありたい姿】

経済環境変化に対応した観光に関わる地域社会諸問題に適切に対応しながら、新たな観光ニーズに応える魅力を創出し、時代に即した旅行の提案ができる状態

【KGI】マーケティング力の向上

観光は社会と密接な関係にあることから、旅行形態や消費者ニーズの変化等への対応が重要である。柳川の自然・歴史文化の地域資源を観光コンテンツとして活用し、多様なニーズに応えるとともに需要の創出につながる取り組みを推進する。

施策1 観光まちづくり推進組織づくり事業(重点)

KPI : DMO 組織体制の整備

(1) 解決に向けた考え方

- ① 課題解決に向けた事業計画を立案するなど、柳川版DMOをはじめ、組織強化と仕組みづくりに向けた取り組みを進める。
- ② DMO組織体制を整備し、予算を確保する。

(2) 具体的な事業例(事業例・既存事業など)

① DMO推進事業

- ・DMOスタートアップ事業(ヒト、モノ、カネの確保)
※補助金や企業人材派遣制度(特別交付税措置)等を活用
- ・事業計画(ロードマップやアクションプランなどを含む)の策定
- ・日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の活用

※JSTS-D(Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations)
持続可能な観光の推進に資するべく、各地方自治体や観光地域づくり法人(DMO)等が多面的な現状把握の結果に基づき、持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標

(3) 事業主体

DMO、行政

施策2 戦略的マーケティング事業（重点）

KPI：データのワンストップ化と利活用

（1）解決に向けた考え方

- ① 事業者にとって有益な情報を集約し、点在しているデータを一元化（データベース化）して共有化する事業に着手する。
- ② 柳川観光の目指すべき「城下町水郷柳川」ブランドの確立に向けてマーケティング調査し、戦略を立案する。

（2）具体的な事業例（事業例・既存事業など）

- ① データ一元化のための Web 整備事業
- ② デジタルマーケティング事業
 - ・ 観光客の声の集約
 - ・ ビッグデータの活用検討
 - ・ 柳川ファンにつながる層の開拓（Web 履歴等からの解析）

（3）事業主体

DMO、行政、観光事業者

施策3 ワンストップ情報発信事業（重点）

KPI：サービスのワンストップ化

（1）解決に向けた考え方

- ① お客様が必要とされる柳川観光情報を集約して発信する。
特に、旅マエ、旅ナカ、旅アトの情報発信の充実を図る。
- ② 柳川観光の価値を編集し、価値に共感していただけるお客様をターゲットとして情報をきちんと届ける。
- ③ 柳川の四季折々の見どころやイベント、体験情報などを集約して発信する。

（2）具体的な事業例（事業例・既存事業など）

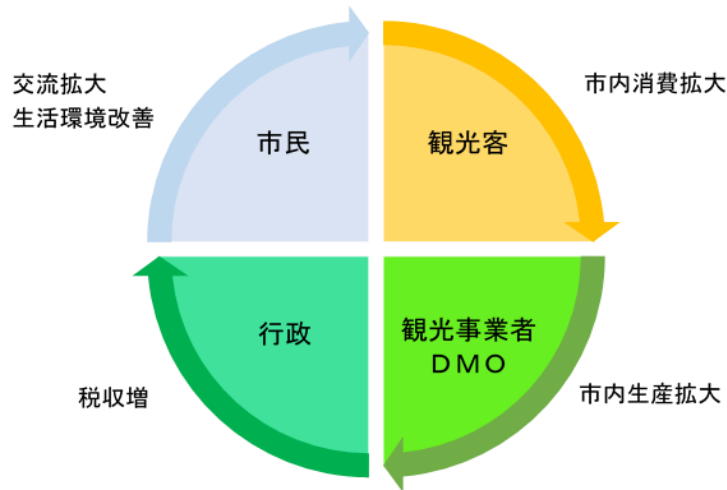
- ① プロモーション事業
- ② ワンストップ情報発信のための HP リニューアル事業
- ③ パンフレット・マップのハイブリッド（Web・紙媒体）発信

（3）事業主体

DMO、行政

第4章 推進体制

観光客満足度の向上を図ることで一人あたりの観光消費額が伸び、観光消費額の増加は観光による市民満足度向上につながる。そのためには市民、観光客、観光事業者・DMO、行政が一丸となって持続可能な観光まちづくりに取り組むことが重要である。



実施主体間の関係

1. 実施主体ごとの役割

① 観光事業者・DMO

(観光事業者) 地域に存在する様々な観光資源を活用して事業を展開し、地域活性化に寄与する。また、柳川の顔として観光客をおもてなしする。
(DMO) 多様な関係者と共同しながら、明確なコンセプトに基づいた戦略策定や戦略実施の調整を担うなど、柳川観光の中核的な役割を担う。

② 行政

国・県、関係市町村、関係機関、事業者、市民との連携を図りつつ、時代ごとの観光ニーズやトレンドに対応した事業の実施や他の実施主体への支援を行う。また、市民と観光客の双方が観光のメリットを実感できる持続可能な観光まちづくりを推進する。

③ 市民

地域の自然・景観や歴史・文化等に誇りを持つことで、貴重な観光資源を再認識し、観光まちづくりへの積極的な参加に努める。また、観光客を温かく迎えられよう、おもてなしの心で観光客との交流に努める。

④ 観光客

地域における文化や風土を敬い、マナーを遵守するなど、意識や行動に責任を持つことで、よりよい観光地形成に寄与する（レスポンシブルツーリズム）。

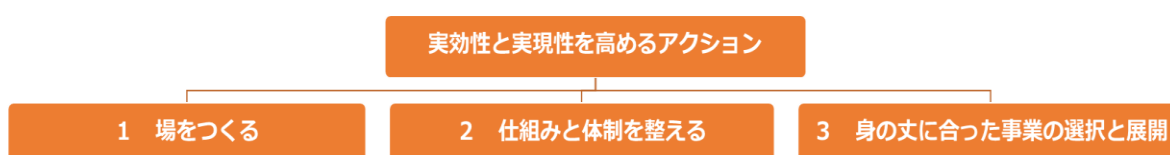
（参考）実施主体ごとの役割のイメージ

| 項目 | 事業者 ・DMO | 行政 | 市民 | 観光客 |
|------------------|-------------|----|----|-----|
| 受入体制整備（ヒト・モノ・カネ） | ○ | ○ | ○ | |
| マーケティング・マネジメント | ○ | ○ | | |
| プロモーション | ○ | ○ | | |
| ステークホルダー間の連携強化 | ○ | ○ | | |
| 安全・安心な観光の担保 | ○ | ○ | ○ | |
| 意見や感想のフィードバック | | | ○ | ○ |
| おもてなし機運の醸成 | ○ | ○ | ○ | |
| 地域資源の発掘・磨き上げ | ○ | ○ | ○ | |
| 生産性・収益性の向上 | ○ | ○ | | |
| 地域性（文化や風土）の継承・発展 | ○ | ○ | ○ | |
| 経済効果の波及・還元 | ○ | ○ | | |
| マナー遵守 | | | | ○ |
| 事業効果の検証 | ○ | ○ | | |
| 柳川ファン（定住や人への推奨） | | | ○ | ○ |
| スタートアップのフォロー | ○ | ○ | | |
| 補助金等による支援 | ○ | ○ | | |
| 地域ブランドの向上 | ○ | ○ | ○ | |
| 定住・交流・関係人口増加施策 | ○ | ○ | | |
| 未来に向けた就職・定住 | | | ○ | ○ |
| シビックプライドの醸成 | ○ | | ○ | |
| 観光事業への積極的な参加 | ○ | | ○ | |

2. 実効性と実現性を高める方策 ～ビジョンからアクションへ 選択と集中～

今回の指針においては、柳川観光の受け入れ態勢の充実と地域資源の磨き上げからリスタートを図ることとする。

また、指針に掲げる事業は「種まき事業」を中心に、次年度からテストマーケティングや実証実験、モニターツアーなどトライ＆エラーでチャレンジできる環境を整える。



(1) 場をつくる

- ・ 関わる人を増やす
異業種で連携しつつ関りの輪を広げる
- ・ ポジティブな場づくり
明確なテーマ設定と実践に結び付く場
- ・ ファシリテーターの招聘

(2) 仕組みと体制を整える

- ・ 推進できる母体づくり
組織体制の拡充とプレイヤー確保
- ・ 事業連携に結び付ける
- ・ 一つ一つ丁寧に進める

(3) 身の丈に合った事業の選択と展開

- ・ 事業の「選択と集中」
- ・ ストーリー性の重視と横展開
- ・ 地域資源の物語の再編集からスタート
- ・ プロダクトアウトとマーケットインのバランス取り

令和5年度 柳川市観光まちづくり推進委員会 委員名簿

| | 機関・団体 | 役職 | 氏名 | 備考 |
|----|-----------------------------|------|---------|----------------|
| 1 | 九州産業大学 | 副学長 | 千 相哲 | 学術研究団体 |
| 2 | 国土交通省九州運輸局 観光部観光地域振興課 | 課長 | 西脇 考志 | 行政機関 |
| 3 | 一般社団法人九州観光機構 企画部地域連携室 | 室長 | 平川 博紀 | 観光推進団体 |
| 4 | 福岡県商工部観光局観光政策課 | 課長 | 吉田 憲和 | 行政機関 |
| 5 | 公益社団法人福岡県観光連盟 | 専務理事 | 佐藤 良一 | 観光推進団体 |
| 6 | 公益社団法人 福岡観光コンベンションビューロー | 事務局長 | 伊賀上 恵子 | 観光推進団体 |
| 7 | 西日本鉄道(株) まちづくり・交通・ 観光推進部 | 課長 | 草場 康文 | 鉄道・観光等事業者 |
| 8 | 有限会社フクオカ・ナウ | 取締役 | サーズ 恵美子 | 外国人向け観光情報出版事業者 |
| 9 | 一般社団法人柳川市観光協会 | 会長 | 高橋 努武 | 市内観光関係団体 |
| 10 | 一般社団法人柳川市観光協会 | 副会長 | 立花 千月香 | 市内観光関係団体 |
| 11 | 柳川大川旅館組合 | 組合長 | 富安 信一郎 | 市内観光関係団体 |
| 12 | 柳川商工会議所 観光対策委員会 | 副委員長 | 金子 英典 | 市内商工関係団体 |
| 13 | 柳川市商工会 | 副会長 | 田中 義隆 | 市内商工関係団体 |
| 14 | “おもてなし柳川”市民会議 | 副会長 | 山田 三代子 | 市内公共的団体 |
| 15 | 柳川市 | 副市長 | 中村 智弘 | 行政機関 |